

CIRTEF EN BREF

SEFOR: l'heure du bilan

Le rideau est tombé sur le 5ème SEFOR (1). C'est donc l'heure des bilans et des perspectives. Si tout le monde a été unanime à reconnaître que le SEFOR de COTONOU a été un succès, nous devons toutefois reconnaître les forces et faiblesses de notre manifestation annuelle en mettant l'accent sur les faiblesses en vue d'une amélioration continue. Voici quelques questions auxquelles nous aurons à répondre:

- que faire pour le suivi du SEFOR (est-ce l'affaire uniquement du Secrétariat ?) ?
- les ateliers sont-ils adaptés ?
- les catalogues préparés pour les marchés sont-ils exploités entre deux SEFOR ?
- comment améliorer les courants d'échanges ?

Il va de soi que des réponses apportées à ces questions dépend en partie le succès du prochain SEFOR qui, rappelons-le se tiendra en Suisse Romande à l'invitation de la SSR et de la TSR.

Pour le prochain SEFOR, une réflexion sera menée sur la manière d'asseoir le colloque, sur les thèmes à débattre, sur l'organisation des séances de travail de sorte que les travaux des ateliers profitent aux commissions.

Nous comptons sur l'apport de tous pour faire du SEFOR une manifestation phare de la Francophonie audiovisuelle. CIRTEF EN BREF est votre tribune et attend vos analyses et suggestions.

Abdelkader Marzouki
Secrétaire général

1) Rappelons que le SEFOR de COTONOU a pu se tenir grâce à l'aide de l'ACCT, de l'ORTB, de la SRC, du Ministère français de la Coopération et du Ministère des Affaires étrangères du Canada

L'avenir parle numérique

Le multimédia est en marche.

Cette nouvelle forme de communication qui résulte d'une fusion des industries de la télécommunication, de la télévision et de l'informatique constitue une modification radicale de notre paysage audio-visuel. Fini le temps où chaque support véhiculait un contenu spécifique (la voix pour le téléphone, le data pour l'informatique ..)

Déjà, des fusions entre deux de ces trois domaines ont provoqué des changements significatifs. C'est le cas des images de synthèse pour l'informatique et la télévision, c'est le cas du GSM pour l'informatique et le télécom ou encore le télétexte pour le télécom et la télévision. Ce qui est neuf aujourd'hui, c'est le commun dénominateur numérique qui stimule l'interaction entre ces 3 univers. Cette convergence technologique va provoquer de profonds bouleversements au niveau des infrastructures, des ressources et du contenu. C'est pour gérer en commun cette évolution-révolution qu'est né l'asbl belge TITAN.

TITAN (Terminal Interactif de Télévision à Accès Numérique) est une association chargée de promouvoir l'étude et le développement de programmes et de services multimédia numériques.

Au seuil de l'année 1996, le secrétariat du CIRTEF présente à tous les membres du Conseil et à tous ses amis et sympathisants ses vœux les meilleurs.

Fondée en 1994, elle regroupe des partenaires officiels (Communauté Française de Belgique- Communauté Germanophone et Région de Bruxelles Capitale) des diffuseurs (la RTBF, RTL-TVI, Canal + et les TVLC) des sociétés de télécommunication (Belgacom, SAIT-VidéoHouse) et de télédistribution (RTD et Electrabel), des universités (UCL, ULB, ULG et FUNDPN), des industriels (Alcatel Bell SDT, Philips, Siemens, Gillam, EVS) une société d'informatique (IBM), et des prestataires de services (Banksys, Pastel, C&CB, Belgavox, FNAC, Audiopresse, Technicom et la Médiathèque)

L'asbl a installé une chaîne numérique complète du producteur de services à l'abonné. Du 1er décembre 1995 au 30 mai 96, les membres vont effectuer des tests en liaison avec 6 têtes de réseaux et simuler des opérations d'accès conditionnel.

L'objectif est de mettre sur pied, dans un avenir rapproché, une expérience de télévision et de services numériques en région liégeoise (deux mille décodeurs). Une description du projet et de ses développements est disponible sur demande TITAN asbl, Bld Léopold II 44, 1080 Bruxelles.

Collaboration de Roger Roberts
RTBF

Une bataille pour la pub...

Radios et télévisions privées locales de la Réunion militent pour la mise en place rapide de nouvelles règles audiovisuelles. Lesquelles se résument à une chose: interdire aux radios et aux deux chaînes publiques qui composent Radio-Télévision France Outre-Mer (RFO) d'avoir accès à la publicité. Selon les organismes privés, cette publicité représentant moins de 10% du budget de RFO mais pourrait leur donner les moyens de vivre.

FONDS DE SOUTIEN

Opérationnel depuis 1988, le fonds de soutien à la production du Sud placé sous la responsabilité conjointe de l'ACCT et du CIRTEF est encore bien trop sous-utilisé par les télévisions du Sud.

La série consacrée à "L'habitat traditionnel en Afrique" a démontré une fois de plus combien il pouvait y avoir de talents au sein de nos organismes et que ce sont les moyens financiers qui manquent le plus. Or, le fonds de soutien peut être un palliatif à cette situation. Rappelons-en les principes et critères principaux

- L'ACCT et le CIRTEF accorderont la priorité aux projets :

* qui comportent le plus grand nombre d'éléments créatifs du Sud : thèmes, sujets, créateurs, interprètes, techniciens, etc. ;

* qui sont susceptibles d'une diffusion régionale voire internationale, en particulier par TV5 ;

* qui sont réalisés en coproduction par des partenaires du Sud ou du Nord et du Sud.

- Le Fonds est ouvert à tous les genres : documentaires, dramatiques, variétés, émissions pour enfants. Il peut s'agir d'une émission unique, d'un téléfilm, d'une série d'épisodes produits ensemble ou séparément. Les messages publicitaires ne peuvent bénéficier du fonds.

- La télévision porteuse du projet devra s'engager, seule ou en partenariat (avec d'autres télévisions, producteurs indépendants, ministères...) à un minimum de 50 % dans la production.

Le dossier envoyé en dix exemplaires à l'ACCT doit comporter au minimum une note d'intention, la scénarisation du sujet, le budget, le plan de financement et les preuves des financements annoncés (dont notamment dans le cas des télévisions, une lettre d'engagement de la direction générale).

Préalablement à l'envoi pour subvention, vous pouvez toujours faire parvenir votre projet au CIRTEF qui pourra vous faire part de remarques susceptibles de le bonifier.

Un seul impératif de l'imagination, un bic et quelques feuilles de papier.

Recherche et sondage : quelle utilité?

Programmation et évaluation des émissions: les voies de la recherche.

Dans un environnement médiatique caractérisé par la multiplication et la commercialisation des services, quelle légitimité auront à l'avenir les diffuseurs publics? Et quel sera désormais le rôle de la recherche et des sondages dans l'entreprise de radiodiffusion publique?

Réunis à Toronto l'automne dernier, une cinquantaine de gestionnaires et de chercheurs, praticiens et universitaires, venus des quatre coins du monde ont rappelé que le diffuseur public, financé partiellement par l'Etat, doit d'abord **considérer les personnes comme des citoyens et des membres d'une communauté plutôt que comme des consommateurs.**

Le diffuseur public, en effet, ne peut se contenter de livrer des consommateurs aux annonceurs. On a par ailleurs souligné qu'il doit tout autant divertir qu'informer, le divertissement étant un moyen de communiquer et un besoin fondamental de l'être humain.

Pour les participants au séminaire de Toronto, ce contexte général indique certaines voies à la recherche en termes de programmation et d'évaluation: assurer un contact avec les réalités sociales plus larges que les seuls modèles de consommation; examiner les goûts du public, les tendances et les courants sociaux; définir des indicateurs significatifs de performance auprès du public (la "portée" et la "part d'audience" ont été discutés), aider à définir les objectifs en vue d'évaluer auprès du public la "qualité" du programme, enfin, assumer un rôle dans la préproduction, avec le testing, pour assurer l'adéquation entre les objectifs des émissions et l'intérêt du public.

Marc LeDuc, directeur de la recherche
Radio-Canada

(Cet article est tiré de Micro 4, le bulletin de la CRPLF.)

Radio Liberté et démocratie au Mali

" On trouvait que la radio publique ne prenait pas en compte les besoins et les aspirations des gens. Notre but n'était pas de faire de l'argent mais de contribuer à l'émergence du débat démocratique "

Voilà comment, quatre ans plus tard, Seidou Mbombo Penda nous relate la naissance de Radio Liberté, la première radio privée au Mali.

"C'est une radio généraliste mais on met beaucoup l'accent sur l'information, toutes sortes d'informations. Nous sommes particulièrement fiers d'Hebdo Liberté, une rétrospective hebdomadaire de l'actualité nationale. Pendant deux heures, nos invités commentent les principaux dossiers de la semaine "

Radio Liberté, une petite équipe de 13 personnes : 4 journalistes, 5 animateurs, 3 techniciens et une secrétaire diffuse surtout en français et en bambara sur un rayon de 100 km autour de Bamako, elle tire ses revenus de la publicité, des communiqués et des avis.

On reconnaît, à Radio Liberté, que l'urgence d'agir a souvent poussé des radios privées à se mettre en place en recrutant du personnel qui n'est pas nécessairement formé aux exigences radiophoniques. D'où l'importance des formations ponctuelles en journalisme de proximité et en écriture journalistique proposées par la Mission française de coopération de Bamako ou encore la formation en reportage radio offerte par la BBC.

C'est d'ailleurs dans la perspective d'apprentissage et de partage d'expériences que Radio-Liberté veut rallier les rangs du CIRTEF. "Pour nous, des rencontres comme le SEFOR, c'est indispensable" de conclure Seidou Mbombo Penda que les auditeurs de Radio Liberté connaissent sans doute mieux sous le nom de Saïd.

Équipement: Bétacam A.D.O.

999 effets spéciaux

Générateurs de caractères

Traitement du son

Cotonou: tél. et fax (229) 30 35

74

Bruxelles tél.: (32 2) 737 25 76

fax (32 2) 732 62 40